



## Neuer Ausbildungsberuf „Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien“ in der Praxis

Ergebnisse einer Unternehmensbefragung

► Das 1998 neu geschaffene Berufsbild Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien fasst fünf Ausbildungsberufe, die bislang im Bereich der Druckvorstufe und in der Werbebranche ausgebildet wurden, in einem Berufsbild zusammen: Schriftsetzer/-in, Reprohersteller/-in, Reprograf/-in, Werbe- und Mediovorlagenhersteller/-in und Fotogravurzeichner/-in. Sinnvoll wurde die Zusammenführung dieser Berufsbilder durch die Entwicklung und Ausbreitung der Informations- und Telekommunikationstechniken in allen Produktionsbereichen der Druck- und Medienindustrie. Gängige Standard-Software ermöglicht die Bearbeitung verschiedener Datenarten (z. B. Text, Bild, Grafik, Ton, Bewegtbild) von einem Arbeitsplatz aus. Damit ist eine strikte Zuordnung der Bearbeitung bestimmter Datenarten zu entsprechenden Berufsbildern kaum mehr möglich.

Notwendig wurde der neue Beruf auf Grund der durch Digitalisierung möglich gewordenen Vernetzung digitaler Print- und Nonprint-Produktion. Denn aus einem einmal vorhandenen Datensatz können mithilfe der Digitaltechnologie Druckerzeugnisse erstellt werden, kann eine Internet-Präsentation oder Multimedia-Animation gestaltet werden, und es können Datenbanken für unterschiedliche Anwendungen und Mediennutzungen generiert werden.

Mit diesen technologischen Entwicklungen vollzieht sich auch eine Veränderung der Branchengrenzen. Bedingt durch die gleichen Betriebsmittel (Hard- und Software) in den Unternehmen, wird es möglich, Arbeitsbereiche der benachbarten Branchen (z. B. Druckereien, Verlage, Werbe- und Multimediaagenturen) in die Produktpalette zu integrieren. Dies führt zu einer neuen Konkurrenzsituation, die auch das Marktverhalten der Unternehmen beeinflusst.<sup>1</sup> So sehen sich heute viele Unternehmen als Mediendienstleister mit einer ausgeprägten Kunden- und Dienstleistungsorientierung.<sup>2</sup> Die Schaffung des neuen Berufsbildes geschah deshalb mit dem übergeordneten Ziel, Personal mit ausgeprägten Kompetenzen und möglichst breitem Einsatzgebiet auszubilden.

Die quantitative Entwicklung der Ausbildungsverhältnisse scheint das Konzept des neuen Ausbildungsberufes zu bestätigen: Wurden mit In-Kraft-Treten der Ausbildungsordnung im Jahr 1998 bereits 2.434 Ausbildungsverhältnisse neu abgeschlossen, so stieg die Zahl im Jahr 1999 auf 4.015 und Ende 2000 konnten für das neue Ausbildungsjahr schon 5.024 neue Ausbildungsplätze registriert werden. Zu diesem Zeitpunkt bestanden somit über 10.500 Ausbildungsverhältnisse in diesem Berufsbild.<sup>3</sup> Vergleicht man diese Entwicklung mit der der Vorgängerberufe, die 1997 zusammen in allen drei Ausbildungsjahren 4.861 Ausbildungsverhältnisse ausmachte,<sup>4</sup> so ist ein Zuwachs von über 100 Prozent zu verzeichnen.

Im Rahmen der Evaluation des neuen Berufsbildes führte das BIBB Ende des Jahres 2000 eine schriftliche Befragung von Ausbildungsbetrieben durch. Es wurden bundesweit 1.280 Ausbildungsbetriebe angeschrieben,<sup>5</sup> von denen sich



**HEIKE KRÄMER**

Wiss. Mitarbeiterin im Arbeitsbereich  
„Ordnung der Ausbildung – Kaufmännische  
und verwaltende Berufe“ im BIBB

159 Unternehmen mit insgesamt 293 Auszubildenden beteiligten.<sup>6</sup>

Zunächst wurden die Unternehmen gebeten, Angaben zu ihrer Struktur, Ausbildungserfahrung und einer ersten Einschätzung des neuen Berufsbildes zu machen.

An der Ausbildung sind Unternehmen verschiedener Wirtschaftsgruppen beteiligt.<sup>7</sup>

Den größten Anteil an den Ausbildungsverhältnissen haben erwartungsgemäß die Druckindustrie und die Werbebranche, da beide Wirtschaftsgruppen schon über Ausbildungserfahrung in den Vorgängerberufen verfügten. Bemerkenswert ist, dass auch andere Branchen mit dem Berufsbild angesprochen werden konnten, wie z. B. die Wirtschaftsgruppen Multimedia, Datenverarbeitung und Datenbanken sowie audiovisuelle Medien.

Bei der Zuordnung der Betriebe nach Betriebsgrößenklassen zeigt sich die Dominanz kleiner und mittlerer Unternehmen<sup>8</sup>: Fast die Hälfte der Ausbildungsbetriebe gehören mit weniger als zehn Beschäftigten zu den Kleinstbetrieben. Zusammen mit den Kleinbetrieben mit weniger als 50 Beschäftigten werden mehr als drei Viertel aller Ausbildungen in kleinen Unternehmen durchgeführt, gegenüber nur 3 Prozent in Großbetrieben. Diese Verteilung zeigt, dass vor allem kleine und mittelständische Unternehmen in diesen Branchen ausbilden.

57 Prozent der Unternehmen gaben an, schon vor 1998 in einem Vorgängerberuf ausgebildet zu haben.<sup>9</sup> Dies bedeutet jedoch auch, dass durch die Schaffung des neuen Berufsbildes 43 Prozent der Unternehmen neu für die Ausbildung gewonnen werden konnten. Bei den Betrieben mit Ausbildungstradition stellen 27 Prozent heute mehr Ausbildungsplätze zur Verfügung.

Der Anstieg der Ausbildungsverhältnisse in den vergangenen Jahren ergibt sich somit sowohl aus der Gewinnung neuer Ausbildungsbetriebe als auch der Erweiterung von Ausbildungskapazitäten bereits erfahrener Unternehmen.

## Neue Struktur der Ausbildung stößt überwiegend auf positive Resonanz

Die Ausbildungsordnung weist sowohl inhaltliche als auch strukturelle Neuerungen auf. Neben den traditionellen printorientierten Inhalten bilden der technische und gestalterische Umgang mit Neuen Medien wie Internet und multimediale Anwendungen sowie die Medienintegration mögliche Schwerpunkte der Ausbildung. Es wurde eine Ausbildungsstruktur entwickelt, die sich in eine zweijährige gemeinsame Grundausbildung und eine anschließende Spezialisierung mit vier zur Auswahl stehenden Fachrichtungen gliedert. (vgl. Abb. 1)

Die modular aufgebaute Struktur gliedert sich in Pflicht- und Wahlqualifikationseinheiten. Diese Wahlmöglichkeiten sollen unter Beibehaltung eines einheitlichen Berufskonzeptes ein hohes Maß an bedarfsgerechter Flexibilität für Unternehmen und Auszubildende bringen.

Die Unternehmen wurden gebeten, ihre Meinung über die Verständlichkeit der neuen Ausbildungsordnung zu äußern. Das Ergebnis war überwiegend positiv: Fast 56 Prozent fanden diese verständlich, 12 Prozent eher nicht und nur weniger als 5 Prozent vollkommen unverständlich.

Befragt nach den in Anspruch genommenen Hilfestellungen zum Verständnis bzw. zur Umsetzung der neuen Ausbildungsordnung gaben 71 Prozent an, Beratungen oder Informationsveranstaltungen der Industrie- und Handelskammern oder von Verbänden genutzt bzw. erläuternde Veröffentlichungen<sup>10</sup> zurate gezogen zu haben.

Zum Zeitpunkt der Befragung war die Ausbildungsordnung bereits seit über zwei Jahren in Kraft, sodass auch schon

Berufsbildung, Arbeits- und Tarifrecht Organisation des Ausbildungsbetriebes Sicherheit und Gesundheitsschutz Umweltschutz	Während der gesamten Ausbildungszeit zu vermitteln		
Arbeitsorganisation	15 Wochen		
Gestaltungsgrundlagen	15 Wochen		
Datenhandling I	15 Wochen		
Medienintegration I	15 Wochen		
Qualitätsmanagement	2 Wochen		
<b>W1-Wahlqualifikationseinheiten</b>	<b>8 Wochen</b>		
<b>W1-Wahlqualifikationseinheiten</b>	<b>8 Wochen</b>		
<b>► Zwischenprüfung</b>			
Datenhandling II	11 Wochen		
Medienintegration II	11 Wochen		
Telekommunikation	4 Wochen		
<b>Medienberatung</b>	<b>Medienberatung</b>	<b>Medienberatung</b>	<b>Medienberatung</b>
<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>	<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>	<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>	<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>
<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>	<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>	<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>	<b>W2-Wahlqualifikationseinheiten 6 Wochen</b>
Projektplanung 7 Wochen	Gestaltungsorientierte Arbeitsvorbereitung 7 Wochen	Produktionsplanung 7 Wochen	Produktionsplanung 7 Wochen
Kommunikation 7 Wochen	Kommunikation 7 Wochen	Informations- beschaffung 7 Wochen	Prozesssteuerung 7 Wochen
Kundenbetreuung 7 Wochen	Konzeption 7 Wochen	Produktorientierte Medienintegration 7 Wochen	Speichermedien 7 Wochen
Projektbezogene Datenbearbeitung 7 Wochen	Gestaltung 7 Wochen	Projektbezogene Datenbearbeitung 7 Wochen	Digitale Druckausgabe 7 Wochen
<b>W3-Wahlqualifikationseinheiten 12 Wochen</b>	<b>W3-Wahlqualifikationseinheiten 12 Wochen</b>	<b>W3-Wahlqualifikationseinheiten 12 Wochen</b>	<b>W3-Wahlqualifikationseinheiten 12 Wochen</b>

Abbildung 1 Ausbildungsstruktur des Mediengestaltlers

## Neue Technologien und Methodik gefragt

eine erste Einschätzung zur Bewährung in der Praxis getroffen werden konnte:

- 9 Prozent der Unternehmen waren der Ansicht, dass es eine vollkommene Übereinstimmung der Inhalte der Berufsausbildung mit den Anforderungen der Praxis gebe,
- 55 Prozent fanden dies in überwiegenderem Maße und
- nur 6 Prozent sahen geringe bzw. gar keine Übereinstimmungen von Verordnung und betrieblicher Praxis.

Somit scheint es gelungen zu sein, ein Ausbildungskonzept zu entwickeln, das den betrieblichen Realitäten entspricht.

### Erste Anregungen zur Veränderung

Die Vorschläge der Unternehmen zur Veränderung der Ausbildungsordnung lassen sich in drei Themengruppen zusammenfassen:

- Ausweitung der Inhalte, die sich auf die Neuen Medien beziehen,
- Vertiefung traditioneller Grundkenntnisse,
- stärkere Berücksichtigung der Methodenkompetenz

Für den Bereich der Neuen Medien wurde angeregt, mehr Raum für die Vermittlung von technischen und gestalterischen Aspekten, insbesondere des Internets, zu schaffen. Genannt wurden hier die HTML-Programmierung und das Web-Design. Diese Inhalte sind jedoch bereits Gegenstand vorhandener Ausbildungsinhalte, z. B. in den Pflicht-Qualifikationseinheiten Gestaltungsgrundlagen, Datenhandling und Medienintegration. Weitere Vertiefungsmöglichkeiten ergeben sich durch entsprechende Wahl-Qualifikationseinheiten, z. B. die Gestaltung digitaler Medien.

Von einigen Unternehmen wurde auch der Wunsch geäußert, bereits in der Ausbildungsordnung eine deutlichere Trennung zwischen Print- und Nonprint-Produkten vorzunehmen. Dieser Wunsch wird gestützt durch die Prüfungspraxis. So werden bei der durch den ZFA – Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien erstellten bundeseinheitlichen praktischen Abschlussprüfung bereits Unterscheidungen nach dem Ausgabemedium vorgenommen, in der theoretischen Prüfung jedoch Kenntnisse in beiden Bereichen verlangt. Gegen eine Trennung spricht die zunehmende crossmediale Nutzung von Daten, die es ermöglicht, diese z. B. sowohl als Druckprodukt als auch als Websites ausgeben zu können. So ist zu erwarten, dass es in Zukunft eher zu einer weiteren Auflösung arbeitsteiliger Produktion kommt. Dies erfordert jedoch Personal, das über ein breites Basiswissen verfügt, um auch über die Schnittstellen des eigenen Arbeitsplatzes hinaus kommunizieren zu können. Gleichzeitig kann nur so eine berufliche Mobilität sichergestellt werden. Im Zuge der Evaluation wird deswegen zu untersuchen sein, ob eine weitere Aufspaltung in der Ausbildungsordnung tatsächlich Sinn machen könnte.

Weitere Anregungen beziehen sich auf die stärkere Vertiefung insbesondere manueller und gestalterischer Fertigkeiten, wie sie in den Vorgängerberufen vermittelt wurden, z. B. die Typografie.

Die Vermittlung von Methodenkompetenz ist bereits in neueren Ausbildungsordnungen, so auch beim Mediengestalter für Digital- und Printmedien, verankert. Und doch zeigte die Befragung, dass hier noch weiterer Bedarf besteht. So wurden z. B. Arbeitsmethoden, Lernstrategien, Präsentations- und Verhandlungstechniken, Rhetorik und Kundenbetreuung als zu ergänzende Ausbildungsinhalte genannt. Angeregt wurde ebenfalls eine stärkere Einbeziehung der englischen Sprache während der Ausbildung.

Zieht man Vergleiche zwischen den Anregungen zur Veränderung und den Inhalten der bestehenden Ausbildungsordnung, so lässt sich feststellen, dass die meisten der gewünschten Fertigkeiten und Kenntnisse bereits in vorhandenen Qualifikationseinheiten beschrieben sind. Doch gilt es im weiteren Verlauf der Evaluation zu prüfen, ob eventuell diesen Inhalten durch Erweiterung der zeitlichen Richtwerte oder der Schaffung zusätzlicher Qualifikationseinheiten mehr Raum zu geben ist.

Berufe, die einem stetigen Wandel durch technologischen Fortschritt und wirtschaftliche Veränderungen unterliegen, erfordern Ausbilder/-innen, die sich kontinuierlich qualifizieren. Zwei Drittel der Unternehmen gaben an, dass sich der/die verantwortliche Ausbilder/-in seit 1998 weitergebildet habe, davon (bei möglichen Mehrfachnennungen)

- 70 Prozent technisch,
- 35 Prozent methodisch-didaktisch,
- 23 Prozent betriebswirtschaftlich und
- 10 Prozent in anderen Bereichen.

Im Rahmen der Evaluation, in der auch betriebliche Fallstudien durchgeführt werden, zeigt sich, dass der Wunsch nach speziellen Weiterbildungsmöglichkeiten für Ausbilder/-innen zu fachlichen und methodisch-didaktischen Themen groß ist. Hier gibt es sicherlich Handlungsbedarf.<sup>11</sup>

Der bereits in den Vorgängerberufen zu verzeichnende große Anteil von weiblichen Auszubildenden setzt sich bei der Ausbildung zum/zur Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien fort: Fast 60 Prozent der befragten Auszubildenden sind Frauen.<sup>12</sup>

Die Frage nach dem bislang höchsten schulischen Abschluss zeigt eine hohe Qualifikation der Auszubildenden, denn die Hälfte verfügt über das Abitur bzw. das Fachabitur und 35 Prozent über einen Realschulabschluss. Entsprechend hoch liegt auch das Durchschnittsalter der Auszubildenden mit 20,6 Jahren.<sup>13</sup> Interessant wird hier sicherlich eine später durchzuführende Untersuchung des

Abbildung 2 Wahl der Qualifikationseinheiten durch die Auszubildenden



Verbleibs der Absolventen nach Abschluss der Ausbildung, die zeigen wird, ob insbesondere die Auszubildenden mit Fachhochschul- oder Hochschulzugangsberechtigung im Beruf verbleiben oder doch noch ein Studium anschließen.

## Eindeutige Trends bei Fachrichtungen und der Wahlqualifikationseinheiten

Vier Fachrichtungen stehen laut Ausbildungsordnung im dritten Ausbildungsjahr zur Wahl: *Medienberatung*, *Mediendesign*, *Medienoperating* und *Medientechnik*. Von den Befragten haben sich 68 Prozent für die Fachrichtung Mediendesign entschieden, für Medienoperating 18 Prozent, Medientechnik 11 Prozent und Medienberatung 3 Prozent.<sup>14</sup> Der hohe Anteil der Fachrichtung Mediendesign lässt sich u. a. damit begründen, dass hier Inhalte der Berufe Schriftsetzer/-in und Werbe- und Medienvorlagenhersteller/-in integriert wurden, die bereits vor 1998 über die weitaus meisten Auszubildenden der Vorgängerberufe verfügten. Die Fachrichtung Medienberatung ist in ihrer Ausrichtung auf kaufmännische und marketingorientierte Inhalte in einer technischen Ausbildung der Druck- und Medienvorstufe neu und könnte mit wachsender Dienstleistungsorientierung der Branchen und einem steigenden Bekanntheitsgrad der Ausbildungsinhalte noch weitere Anteile an den Berufsausbildungsverhältnissen gewinnen.

Die Ausbildungsordnung unterscheidet Pflicht- und Wahlqualifikationseinheiten. Insgesamt können fünf Qualifikationseinheiten in einem Umfang von 40 Wochen gewählt werden. Bereits vor der Zwischenprüfung werden zwei Qualifikationseinheiten aus einer sieben Module umfassenden Auswahlliste entnommen. Bei der Auswahl sind deutliche Schwerpunkte zu erkennen. (vgl. Abb. 2)

Gewählt wurden hier in erster Linie diejenigen Qualifikationseinheiten, deren Inhalte aus den printorientierten Vorgängerberufen weiterentwickelt wurden. Die Platzierung des Moduls *Medienübergreifende Datenausgabe* deutet auf die Bedeutung der crossmedialen Produktion hin. Hier ist bei zukünftigen Erhebungen zu untersuchen, ob Wachstumspotenzial zu verzeichnen ist.

Die bei den W1-Qualifikationseinheiten erkennbaren Trends lassen sich auch in den Fachrichtungen beobachten. Im dritten Ausbildungsjahr können zunächst zwei W2-Einheiten aus 15 angebotenen gewählt werden. Die Verteilung auf die Auszubildenden zeigt ebenfalls Abb. 2. Die Qualifikationseinheit *Gestaltung digitaler Medien* wird erwartungsgemäß für die meisten Auszubildenden gewählt. Bemerkenswert ist jedoch, dass mit der Qualifikationseinheit *Gestaltung digitaler Medien* ein Wahlmodul, das sich auf die Nutzung Neuer Medien bezieht, mit 16 Prozent an dritter Stelle der Auswahlliste liegt. Weitere Module, die technische oder gestalterische Aspekte neuer Technologien zum Gegenstand haben, wie

z. B. *Datenbankanwendung*, *Digitalfotografie* oder die *Programmierung von Medienprodukten*, spielen zurzeit noch eine untergeordnete Rolle.

Die Ausbildung wird abgerundet durch die Wahl einer zwölf Wochen umfassenden W3-Qualifikationseinheit. Diese hat besondere Bedeutung, da sie integraler Bestandteil der Abschlussprüfung ist. Hier wird besonders deutlich, dass mit der *Text-, Grafik- und Bilddatenbearbeitung* sowie der *Werbeorientierten Gestaltung* diejenigen Qualifikationseinheiten gewählt wurden, deren Inhalte sich aus den Vorgängerberufen ableiten lassen. Das scheint den Betrieben für die ersten Durchgänge der Ausbildung in dem neuen Beruf zunächst Sicherheit für deren Durchführung zu geben. Interessant wird hier ein Vergleich mit zukünftigem Wahlverhalten bei wachsender Ausbildungsroutine.

## Kooperationschancen für Lernorte

Auch die Berufsschulen stehen mit dem Berufsbild vor großen Herausforderungen. Um den Innovationen durch den Einsatz neuer Technologien und gleichzeitig veränderten berufspädagogischen Ansätzen des handlungsorientierten Unterrichts gerecht zu werden, wurden die traditionellen Fächer zu Gunsten von Lernfeldern aufgelöst. Dies hat auch Konsequenzen für die organisatorische Durchführung des Unterrichts. Jedoch entwickeln sich in den einzelnen Schulstandorten sehr unterschiedliche Modelle. So gab die Hälfte der befragten Unternehmen an, dass ihre Auszubildenden Teilzeitunterricht haben, d. h. ein oder zwei Tage pro Woche die Berufsschule besuchen. Für die

andere Hälfte der Auszubildenden erfolgt die Beschulung in verschiedenen Varianten als Blockunterricht. Befragt nach möglichen Klassendifferenzierungen gaben 40 Prozent der Befragten an, dass die Berufsschulen die Klassen nach gewählten Fachrichtungen bilden, in 10 Prozent der Fälle sogar nach Wahlqualifikationseinheiten. Bemerkenswert hoch war mit 30 Prozent der Befragten der Anteil der Ausbildungsbetriebe, denen nicht bekannt war, ob bzw. wie in der Schule verfahren wird. Dies deutet auf ein erhebliches Kommunikationsdefizit der dualen Partner hin.

Ein interessantes Ergebnis lieferte die abschließende Frage nach dem Ort der Ausbildung, denn knapp 60 Prozent der Befragten gaben an, dass die Ausbildung auch in externen Ausbildungsstätten durchgeführt wird. In der Hälfte dieser Fälle findet die Ausbildung in Kooperation bzw. Verbund mit einem anderen Unternehmen statt. 30 Prozent der Auszubildenden besuchen auch eine ÜBS sowie 19 Prozent eine andere Bildungseinrichtung.

Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass das Berufsbild Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien mit seiner neuen Konzeption auf überwiegend positive Resonanz stößt. Sowohl die quantitative Entwicklung der Ausbildungszahlen als auch die Einschätzungen der Ausbildungsbetriebe von Inhalten und Struktur des Berufes bestätigen dies. Darüber hinaus gibt es interessante Anregungen zur Weiterentwicklung der Ausbildungsordnung. Diese gilt es im Verlauf der Evaluation aufzunehmen und einer weiteren Prüfung zu unterziehen. Ende 2002 ist eine erneute Verlaufsuntersuchung in Ausbildungsbetrieben geplant, um mögliche Veränderungen bei der Gestaltung der Ausbildungsverträge und der betrieblichen Ausbildung erkennen zu können. ■

### Anmerkungen

- 1 CIESINGER, KLATT, OLLMANN, SIEBECKE: *Print & Publishing 2001*, Münster 1998
- 2 Trichel, Ciesinger, Wachtveitl: *Das Druck- und Verlagswesen auf dem Weg zum Mediendienstleister*, Wuppertal 1996
- 3 Quelle: Statistisches Bundesamt, BIBB-Datenblätter
- 4 Vgl. BIBB-Datenblätter der genannten Berufe
- 5 Angeschrieben wurden Unternehmen aus den IHK-Regionen Aachen, Augsburg, Berlin, Bielefeld, Bonn, Essen, Flensburg, Gera, Hamburg, Karlsruhe, Mannheim, Ostthüringen, Reutlingen, Rostock, Saarland, Sachsen, Schwaben, Ulm und Wuppertal
- 6 Im gleichen Zeitraum wurde im Rahmen der Evaluation des Modellprojektes zur Verbundausbildung „Qualifizierungsoffensive Mediengestalter für Digital- und Printmedien“ von der bergischen

Universität – Gesamthochschule Wuppertal und von der aim – Ausbildung in Medienberufen, Köln, eine mit dem BIBB abgestimmte Befragung speziell von Kölner Ausbildungsbetrieben durchgeführt, deren Ergebnisse eine hohe Übereinstimmung mit der hier vorgestellten Befragung aufweisen.

- 7 Unternehmen nach Wirtschaftsgruppen: 44 % Druckindustrie; 38 % Werbung; 11 % Multimedia
- 8 Unternehmen nach Betriebsgrößenklassen: 44 % weniger als 10, 34 % 10–49, 19 % 50–499 und 3 % mehr als 500 Beschäftigte
- 9 Die Ausbildung erfolgte in den Vorgängerberufen (Mehrfachnennungen möglich): Schriftsetzer/-in 51,1 %, Werbe- und Medienvorlagenhersteller/-in 44,4 %, Reprohersteller/-in 17,8 %, Reprograf/-in 5,6 % und andere 5,6 %.

- 10 Bereits vor der Einführung des neuen Berufsbildes veröffentlichte das BIBB in Zusammenarbeit mit den an der Neuordnung beteiligten Gewerkschaften und Verbänden die Informationsbroschüre „Ein neuer Ausbildungsberuf für die Medienwirtschaft und Druckindustrie – Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien“, die auf große Resonanz stieß.
- 11 Seit August 2000 läuft das Projekt „Mediengestalter/-in 2000 plus“, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung. Das Projekt wird geleitet durch den ZFA – Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien und hat die Erstellung von praxisorientierten Hilfestellungen bei der Umsetzung des neuen Berufsbildes zum Gegenstand. Dazu gehören auch Qualifizierungsangebote für Ausbilder/-innen.

Kontakt: [www.mediengestalter2000plus.de](http://www.mediengestalter2000plus.de)

- 12 Zum Vergleich: der Frauenanteil an den Gesamtausbildungsverhältnissen Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien im Bundesgebiet lag 1999 bei 55,7%. (Quelle: BIBB-Datenblätter)
- 13 Zum Vergleich: Das Durchschnittsalter aller Berufsschüler lag im Jahr 1999 bei 19,1 Jahren. (Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, eigene Berechnungen BIBB)
- 14 Zum Vergleich: Eine vom BIBB vorgenommene Auswertung aktueller Daten der Berufsbildungsstatistik der Kammern ergab bei der Gesamtzahl von 10.521 Auszubildenden bundesweit einen Anteil von 71 % Mediendesign, 21 % Medienoperating und jeweils 8 % Medienberatung und Medientechnik.